



Seit dem Maikäferfest am Sonntag sind die diversen Motive der Fellbacher Einkaufsfans an 40 Standorten in der Stadt zu sehen.

Fotos: Patricia Sigerist, Dirk Herrmann

Kunden werben als Fotomodelle für Fellbach

Stadtmarketing Die aktuelle Plakataktion „Persönlich für mich da“ läuft noch knapp zwei Wochen. Von Dirk Herrmann

Das hat schon einen gewissen Wiedererkennungswert: Klar, den hab' ich schon mal gesehen, die wartet öfter vor der Schule auf ihre Tochter, das Duo ist immer mit dem Fahrrad in der Stadt unterwegs. Die jüngste Aktion des Fellbacher Stadtmarketings dürfte durchaus manchen Aha-Effekt auslösen. Seit dem Maikäferfest am Sonntag läuft die aktuelle Aktion des Vereins: Auf Plakaten werben Menschen aus Fellbach für Fellbach – und speziell für die hiesige Geschäftswelt.

Es ist die Fortsetzung jener Fotoaktion vom vergangenen Herbst, als sich unter dem Motto „Persönlich für Sie da“ örtliche Unternehmer und Ladeninhaber ablichten ließen und auf diese Weise Reklame machten für den Einkaufsstandort und seine Vorzüge. Nach dem Motto: Was sollen wir denn nach Stuttgart, wenn es in Fellbach doch auch wunderbare Geschäfte gibt.

Nach den Verkäufern wollte das Team um Stadtmarketing-Geschäftsführer Florian Gruner nun die Käufer zu Wort kommen lassen. Weil sich der Ansatz der Initiative aber nicht nur in Nuancen unterscheidet, heißt der entsprechende Slogan nun:



Werbung im Rathaus-Carrée – hier mit den Motiven der Einzelhändler-Plakataktion vom vergangenen Herbst.

„Persönlich für mich da“. Vor einigen Wochen an einem Samstagvormittag – überdies am 1. April – wurden auf dem Fellbacher Marktplatz die einkaufenden Mitbürger zu einem Fotoshooting mit dem renommierten Fellbacher Fotografen Peter Hartung gebeten. Mehr als 20 Fellbacher, Schmidener oder Oeffinger waren spontan bereit, als Kunden Flagge für Fellbach zu zeigen. Als Begleittext zum Foto durften sich die Modelle, in Absprache mit den Formulierungsexperten des Stadtmarketing-Vereins, einen flotten Spruch ausdenken.

Nach fünfwöchiger Umsetzungsphase mit Motivauswahl und der Verschönerung durch den Grafikdesigner kamen die Plaka-

te in der vergangenen Woche schließlich aus der Druckerei an und hängen nun seit Sonntag an ausgewählten Stellen in der Stadt. Dazu gehören Hauptverkehrsachsen, Fußgängerzonen, Straßenränder, Kreuzungen – eben „überall, wo Traffic ist“, wie Gruner erklärt. Insgesamt sind es 40 Standorte, verteilt aufs gesamte Stadtgebiet. Da an jedem Standort drei Fotos zu sehen sind – quasi als Dreieck etwa um einen Baum oder einen Laternenpfosten postiert, hängen insgesamt also 120 Plakate in ganz Fellbach.

Die Abgebildeten ergänzen dabei mit flotten Argumenten den Eingangssatz „Hier kaufe ich ein weil...“ – na, eben „weil ich nicht nur die Lebensqualität, sondern auch die Einkaufsqualität in Fellbach schätze“, wie es Herr Gwinner ausdrückt. Oder „weil ich es wichtig finde, traditionsreiche und ansässige Unternehmen und Händler zu unterstützen“, so Frau Volzer-Heß. Oder weil „die Geschäfte der Fellbacher Einzelhändler eine einmalige Wohlfühl- und Einkaufsatmosphäre schaffen“, so Frau Bauer. Oder „weil ich fußläufig alles finde, was ich für den Alltag brauche, seien es Lebensmittel, Elektronik oder Mode“, so Herr Herberger. Den jeweiligen Vornamen hat das Stadtmarketing auf den Anfangsbuchstaben verkürzt – aus grafischen Gründen, sagt Gruner.

Einige der Fellbach-Fans dürften vor allem den Nachbarn oder Vereinskollegen bekannt vorkommen. Andere sind richtig stadtbekannt – wie etwa der frühere Diakon und Leiter des Ferienwaldheims auf dem Kappelberg, Michael Franz. Er kauft hier ein, „weil ich gerne persönlich beraten werde, von anonymem Einkaufen in Shoppingmalls halte ich nichts“.

Einer der Abgebildeten hatte sich übrigens vorher telefonisch beim Stadtmarketing nach dem genauen Ablauf der Fotosession erkundigt, weil er sein Gesicht und seinen Körper für ein Foto zur Verfügung stellen wollte. „Er ist auch berücksichtigt worden“, sagt Florian Gruner. Um wen unter den circa 25 es sich handelt, will er aber lieber nicht verraten.

Die Porträts samt Sprüchen hängen noch bis 21. Mai – länger als zwei Wochen ist dies laut Verordnung der Stadtverwaltung nicht erlaubt, auch nicht fürs Stadtmarketing. Immerhin, der Regen der jüngsten Tage soll den Plakaten nichts anhaben: „Der Plakatierer hat gutes Material bekommen und das Ganze auch gut verkleistert“, verspricht Florian Gruner. Irgendwann nach den Sommerferien ist eine weitere ähnliche Plakataktion geplant. Welche Motive dann zu sehen sein werden, das muss das Stadtmarketing noch festlegen.

„Ich kaufe hier ein, weil die Geschäfte der Fellbacher Einzelhändler eine einmalige Wohlfühl- und Einkaufsatmosphäre schaffen.“

Celina Alina König, Fellbacher Bürgerin



Der frühere Diakon Michael Franz (links) und andere Bürger engagieren sich für Fellbach.